

Alkoholitutkimussäätiön ja Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen yhteistyönä tutkittiin laitonta viinanmyyntiä lähinnä Helsingissä.¹ Raportissa kuvataan salakaupan

- asiakas- ja myyjäkuntaa,
- tuotteiden hankintatapaa ja hintoja,
- myyntitapaa ja tapahtumaa,
- alueellista esiintymistä Helsingissä sekä
- tämän myyntimuodon kontrollia.

Varsinaisesti laittomaan viinanmyyntiin keskittyviä aikaisempia suomalaisia tutkimuksia ei ole. Vuoden 1976 juomatapatutkimuksen yhteydessä selvitettiin myös salakauppa-asioimisen yleisyyttä. Neljä prosenttia 15 vuotta täyttäneistä oli vuoden aikana asioinut salakaupassa (Simpura 1978). Koska salakauppaa kuvaavaa tutkimustietoa ei ollut, pidimme päämääränämme kuvata niitä tekijöitä, jotka luovat pohjan tälle kaupankäynnin muodolle. Tämän selvittämiseksi kuvataan niin ostaja- kuin myyjäkuntaa melko seikkaperäisesti. Käyttämämme aineistot ovat pieniä, eikä niistä mikään yksinään hahmota laitonta viinanmyyntiä. Eri aineistojen tietoja yhdistelemällä on pyritty luomaan kokonaisvaltainen kuva viinanmyynnistä Helsingissä vuosien 1978 ja 1979 vaihteessa.

AINEISTOISTA

Virallisten tilastojen lisäksi (poliisin tietoon tullut rikollisuus, tuomioistuinten

tutkimat rikokset, Helsingin poliisilaitoksen vuosikertomukset, Oy Alko Ab:n vuosikirjat) saimme vuoden 1976 juomatapatutkimuksen salakauppa-asioimista käsittelevän aineiston käyttöömmme. Juomatapatutkimuksen aineistoa käytimme hyväksemme kuvatessamme laittoman viinan asiakaskuntaa suhteessa koko väestöön.

Alkuvuodesta 1979 haastateltiin erään hoitokodin 25:tä asiakasta. Haastatteluilla pyrittiin saamaan tietoja yhden suurkuluttajaryhmän salakauppa-asioimisesta sekä hahmottamaan laitonta viinanmyyntiä Helsingissä.

Laittomasti myyviä haastateltiin seitsemää. Osa oli kevättalvella 1979 laittomasta viinanmyynnistä vapausrangaitusta suorittavia ja osa tutkimushetkellä ammattimaisesti myyviä.

Alkoholiliikkeistä salakauppaan tehtäviä hankintoja ja eri alueiden eroja selvitettiin haastattelemalla kymmenessä Alkon myymälässä kahta myyjää kussakin. Tämän jälkeen kolmessa alkoholiliikkeessä (Punavuori, Inarintie, Helsinginkatu) havainnoitiin epäiltyjä salakauppaostoja ja ostajia viikon ajan.

Viinanmyynnin kontrollista ja salakaupan myynnissä tapahtuneista muutoksista Helsingissä saatiin tietoja poliisitutkimuspöytäkirjoista. Kantakaupungin (huumepoliisi) sekä esikaupunkialueiden (järjestyspoliisin III aluetoimiston ”viinapartio”) kuulustelupöytäkirjoista kerättiin poikkileikkaustiedot huhti-, elo- ja joulukuulta 1978 ja 1974. Kaikista vuoden 1978 pöytäkirjoista kerättiin täydentäviä tietoja.

Kevään 1979 aikana havainnoitiin viinanmyyntiä laittoman viinan eri myyntipisteissä Helsingissä. Näin saatu aineisto ostotapahtumasta täydentää muita ai-

¹ Heikki Katajisto—Tuija Mäkinen: Laiton viinan myynti. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen julkaisu 34, 1979. (Alkoholitutkimussäätiön sopimus. 1. 1.—31. 7. 1979). — Käytämme tutkimuksessa viinatermiä, vaikka salakauppa kattaakin pieneltä osin muitakin lajeja.

neistoja. Havainnointiin liittyi myös muutamien nuorten (N=12) haastattelu nuorison suosimissa keskustan kahviloissa.

Kevättalvella 1979 haastateltiin 20:tä taksiautoilijaa taksilla ajavien salakauppa-asioimisesta.

SALAKAUPAN ASIAKASKUNTA

Vuoden 1976 juomatapatutkimuksen mukaan neljä prosenttia (N=118) 15 vuotta täyttäneistä ja viisi prosenttia alkoholin käyttäjistä oli asioinut haastattelua edeltäneen vuoden aikana salakaupassa. Ne, joiden salakauppaostot vuoden aikana ylittivät yli litran absoluuttista alkoholia, luokiteltiin salakaupan varsinaisiksi asiakkaiksi. Tällaisia oli 18 % (N=21) kaikista salakaupassa vuoden aikana asioineista. Tämän ryhmän keskimääräiset salakauppaostot olivat vuodessa 7,6 litraa absoluuttista alkoholia. Kaikkien salakauppa-asiakkaiden keskimääräiset ostot olivat 1,7 litraa absoluuttista alkoholia. Salakaupan varsinaiset asiakkaat ostivat 80 % salakaupan alkoholimäärästä.

Juomatapatutkimuksen mukaan salakauppa-asioiminen keskittyy siis varsin eriytyneeseen asiakaskuntaan. Aineisto kuvasi pääasiallisesti satunnaisostajia. Tästä johtui nuorten suuri suhteellinen osuus (=neljännes). Naisia salakauppa-asiakkaista oli 16 %.

Juomatapatutkimuksen kaikista suurkuluttajista (vuosikulutus yli 10 litraa absoluuttista alkoholia) neljännes oli asioinut salakaupassa. Salakauppa-asiakkaista taas lähes puolet oli suurkuluttajia. Salakauppa-asiakkaiden keskimääräinen alkoholin vuosikulutus oli 16,1 litraa absoluuttista alkoholia. Varsinaisten salakauppa-asiakkaiden (ostot yli yhden litran) alkoholin vuosikulutus oli 45,8 litraa absoluuttista alkoholia.

Nuoret salakaupan asiakkaina

Juomatapatutkimuksen mukaan 15—19-vuotiaat nuoret muodostivat vuoden aikana salakaupassa asioineista 16 %. Laittomasti myyvien/myyneiden arviot

nuorten osuuksista vaihtelivat. Myyjäineistomme oli pieni, ja yksittäisten myyjien arvioiden erot olivat suuria. Erään myyjän asiakkaista oli nuoria 40 %; hän olikin erikoistunut nuoriin asiakkaisiin. Samaisen myyjän arvion mukaan nuoria oli koko Helsingin laittoman viinan ostajakunnasta 10 % ja nuorten osalle tuli salakaupassa myydyistä määristä noin 5 %. Myyjäkunta arvioi koululaisten osuuden asiakaskunnasta erittäin vähäiseksi.

Alkoholistihaastattelujen mukaan satunnaisostajien arvioitiin ostavan noin 10 prosenttia koko salakaupan myynnistä. Tähän lukuun sisältyvät niin nuoret kuin muut satunnaisostajat. Nuorten ostot ovat lähinnä seikkailunluonteisia.

Katuhavainnoinnissa tavattiin joitakin arviolta 18—20-vuotiaita miehiä asioimassa salakaupassa. Kaikissa tapauksissa havaittiin myyjien karttavan näitä nuoria. Varttuneemmat ostajat ohittivat nuoret. Ensiksi toimitettiin tuotteet Koskenkorvan ostajille, sitten väkevän viinin, nuoret jätettiin oston laadusta riippumatta viimeisiksi. Myyjien karsaus nuoria kohtaan johtunee siitä, että salakaupan lieveilmiönä joskus esiintyvät ryöstöt katsottiin niin myyjä- kuin ostajakunnassa nuorille tyypilliseksi häiriörikollisuudeksi. Ryöstöt saattavat kohdistua myös myyjään. Sekä myyjä- että ostajakunta piti nuoria niin lieveilmiöiden kuin kiinnijoutumisen takia uhkana laittomassa viinanmyynnissä.

Nuoret olivat keskimääräistä salakauppa-asiakasta selvempiä.

Salakaupan eriytynyt asiakaskunta

Tutkimusta suunniteltaessa lähdimme olettamuksesta, että salakaupan potentiaalinen asiakaskunta löytyy alkoholin suurkuluttajien joukosta. Tätä käsitystä sittemmin vahvistaneet juomatapatutkimuksen tulokset eivät tällöin olleet vielä käytettävissämme. Tutkimustaloudellisista syistä oletettua asiakaskuntaa lähestyttiin erään helsinkiläisen hoitokodin asiakkaita haastatteleamalla.

Hoitoon hakeutumista oli haastatelta-

villa yleensä edeltänyt tavallista rajumpi juomiskausi. Saamamme vuosikulutusarviot vaihtelivat 40:stä 150 litraan absoluuttista alkoholia. Arviot laskettiin kartoittamalla vuoden 1978 tai hoitoonhakeutumista edeltäneen vuoden eri elinvaiheita ja niille tyypillistä juomista. Yksittäinen vuosikulutusarvio saattaa muodostua neljästä erilaisesta tyypillisestä juomisjaksosta. Juomisen salailua ei ole syytä olettaa esiintyneen; joissakin tapauksissa voi aikaisemman juomisen rajuuden korostaminen olla motivoitua ja kohottaa arviota todellista suuremmaksi. Tämä laskutapa eroaa juomatapatutkimuksen vuosikulutusarvioiden laskutavasta eikä siksi ole sen kanssa yhteismittainen.

Tässä aineistossa kolmasosan salakauppa-asioiminen oli satunnaista. Puolella asioimistiheys vaihteli kahdesta seitsemään ostoon viikossa.

Aineistomme pienuus ei mahdollista pitkälle meneviä johtopäätöksiä. Mielenkiintoista kuitenkin on, että ne, joiden vuosikulutus absoluuttisena alkoholina oli alle 50 litraa, ja ne, joiden kulutus oli yli 150 litraa, eivät asioineet paljoakaan salakaupassa.

Tyypiteltäessä juomista nautitun aineen ja juomispaikan mukaan ja vertaamalla näin saatuja ryhmiä alkoholin vuosikulutukseen sekä salakauppa-asioimiseen havaitaan, että omana ryhmänä erottuvat oluen juojat, joiden alkoholin kokonaiskulutus sekä salakauppahankintojen osuus kokonaiskulutuksesta olivat muita ryhmiä pienempiä. Pääasiallisesti ravintolassa väkeviä juovien ryhmässä salakauppaostojen osuus kokonaiskulutuksesta oli osittain pienempi kuin muissa ryhmissä. Kuva ei kuitenkaan ole selkeä. Jotkut tähän ryhmään kuuluvat siirtyivät rajujen juomisjaksojen aikana ryyppäämään muualle. Tällöin salakauppa-alkoholin osuus kasvoi ja sen suhteellinen osuus vuoden aikana nautitusta alkoholista saattoi muodostua suureksi.

Keskeisimmän ryhmän muodostavat muualla kuin ravintolassa juovat. Näissä ryhmissä salakauppahankintojen osuus

kokonaiskulutuksesta oli vuodessa 18–30 %.

Aineistomme kuvaa yhtä suurkuluttajakunnan osaa, jonka vuosikulutus on suuri. Yhteenvetona voidaan sanoa, että salakauppahankinnat keskittyvät varsinkin rajuihin juomiskausiin, jolloin alkoholin saanti niin Alkon myymälöistä kuin ravintolasta vaikeutuu. Se, että säännöllisten salakauppa-asiakkaiden laittoman viinan suhteellinen osuus kokonaiskulutuksesta on suuri, johtuu siitä, että osalla tämä asioiminen on säännöllistä ja ympärivuotista, osalla se taas painottuu rajuihin juomiskausiin.

Myyjähaastattelujen mukaan asiakaista oli ostohetkellä 90 % alkoholin vaikutuksen alaisena.

MYYJÄKUNTA

Laittomasti viinaa myyvien lukumäärää Helsingissä kysyttiin alkoholisteilta, laittomasti myyneiltä/myyviltä sekä joiltakin poliiseilta. Usein kokonaisarvio jäi saamatta, ja arvio kattoi vain joitakin haastateltavan tuntemia myyntialueita. Nämä osittaisarviot tukevat kuitenkin taulukkoa 1, jossa myyjien määrä ja myyjä-määritelmä on luokiteltu. Kaikkiaan 28 haastateltavalta saatiin kokonaisarvio.

Hajonta oli varsin suuri: pienin arvio oli 50, suurin 3 000. Nämä erot osoittautuivat kuitenkin näennäisiksi, sillä ne johtuivat

Taulukko 1. Arviot laittomien viinanmyyjien lukumäärästä Helsingissä (alkoholistiaineisto, laittomasti myyvien myyjäaineisto)

myyjä lkm	arvioijia lkm (N=28)	myyjä-luokitus
50—150	17	ammattimainen, jatkuvasti myyvä isäntä (t. renki)
200—350	8	viikon aikana Helsingissä viinaa myyvät henkilöt
1 000—3 000	3	kokonaismäärä (isännät ja rengit), joista osa myy, osa lepää; suurin osa tilapäisrenkejä

erilaisista myyjäkäsityksistä, tavasta määritellä laitton viinanmyyjä. Arviot olivat yhdensuuntaisia riippumatta siitä, mihin ryhmään haastateltava kuului. Joiltakin haastateltavilta saatiin rinnakkaisia arvioita, jotka vahvistivat tätä kuvaa.

Alkon myymälöissä suoritettujen tarkkailujen yhteydessä oli oletetusti salakauppaan ostavista 8 % naisia. Poliisikuulustelupöytäkirjojen mukaan oli naisten osuus vuonna 1978 kiinni jääneistä 14 %. Tämä arvio ei kuvaa ammattimaisuutta tai avunantoa, vaan naisten osuutta poliisin tietoon tulleiden laittomien viinanmyyntien yhteydessä.

Salakaupan asiakas- ja myyjäkunta muistuttavat suurelta osin toisiaan. Myyjäkuntamme haastateltavien ja asiakaskunnan vuosikulutusarviot olivat täysin yhdensuuntaisia. Asiakaskunnan arvioiden mukaan noin 5 % salakaupan myyjistä ei käyttänyt alkoholia, muilla tulot menivät pääasiassa alkoholiin. Juomisen hallinta on perusero myyjä- ja asiakaskunnan välillä, vaikka kokonaiskulutus ja elinolosuhteet muuten ovatkin usein samanlaiset. Salakauppailmiö tämän päivän Helsingissä on rajoittunutta — osittain pitkälle alkoholisoituneen ihmisryhmän välistä kaupankäyntiä.

Suoritettujen haastattelujen pohjalta päädyttiin luokitukseen, joka kuvaa osallisuutta viinanmyyntiin ja osaltaan helpottaa myyjäksi rekrytoitumisen kuvaamista:

1. Opastaja, alkoholisti, ei työtä — pyörii alkoholistien suosimissa paikoissa — Ohjaa myyjän luokse viinaa tarvitsevan tai kertoo, mistä sitä löytyy. Palkkiona ryyppy ostetusta pullosta.

2. Renki viinapalkalla — Osallistuu joko viinan hankintaan tai välitykseen, saa korvaukseksi pullon viinaa. Suhde isäntään ei ole kiinteä.

3. Renki — rahallinen korvaus — Osallistuu viinan hankintaan tai välitykseen, saa korvaukseksi rahaa, esim. viisi markkaa välitetystä pullosta. Toiminta ajoittaista, juomiskausina mahdollisuus luotoviinaan.

4. Renki — kiinteä suhde isäntään —

Toiminta jatkuva. Avustaa isäntää niin hankinnoissa kuin myynissä. Isäntä vastaa rahoituksesta ja markkinoista. Korvaus rahassa, ruoassa ja juomassa — isäntä elättää.

5. Renki — myyjä — Toimii isännän renkinä edellisen tavoin. Myy ohessa omia pullojaan itsenäisesti.

6. Isäntä, yksin toimiva — Myy itse hankkimiaan ja rahoittamia tuotteita; toiminta jatkuva, ajoittaista tai väliaikaista.

7. Isäntä, jolla renki/renkejä — Toiminta yleensä ammattimaista. Kiinni jouduttuaan saattaa tulla varovaisemmaksi ja turvautuu siksi renkiin. Renkisuhteissa vaihtelua edellisen tavoin, samanaikaisesti ehkä useampia renkisuhteita.

8. Myyjä — osallistuu myös salakuljetetun välittämiseen vakitukselle asiakaskunnalle — Ajoittaista toimintaa itsenäisenä myyjänä. Suhteita salakuljetetun tai varastetun viinan välitykseen vakitukselle asiakaskunnalle. Asiakasluettelot, joiden pohjalta toimitukset tapahtuvat silloin, kun tuotteita on saatavilla.

9. Luksusmyynti — Suojatut ja kiinteät asiakassuhteet. Toimiala suljettu tiukasti ulkopuolisilta. Myyjä ei kuulu ns. alkoholistikuntaan. Lajit valikoituja.

Luokittelu kuvaa ideaalityyppejä. Todellisuudessa myyjän siirtyminen luokasta toiseen ja toisaalta käyttäjäkuntaan on nopeaa.

Isännän ja rengin erottaa toisistaan oman juomisen hallinta. Vaikka isäntä käyttäekin alkoholia, on kokonaistilanne kuitenkin hallinnassa. Rengeillä esiintyy ajoittain rajua juomista, jolloin heidät on poistettava markkinoilta.

Ryhmässä 8 ja 9 markkinat pohjaavat myytyjen tuotteiden hintaan ja laatuun ja niiden kilpailukykyyn Alkon tuotteiden rinnalla, ja niiden asiakaskunta eroaa suuresti edellä kuvaamastamme. Näihin ryhmiin emme kohdistaneet tutkimustamme.

HANKINTA JA MYYDYT TUOTTEET

Laittomassa viinanmyynissä esiintyvien

tuotteiden ja niiden määrien kuvaamiseen voidaan käyttää kolmea eri lähestymistapaa:

1. Salakaupassa myyty viinamäärä absoluuttisena alkoholina arvioituna. Näin on juomatapatutkimuksen yhteydessä arvioitu vuoden aikana salakaupasta ostettu laitton viina.

2. Salakaupassa myydyin alkoholin arvo. Tällöin voidaan verrata laillisesti myydyin (myymälä, ravintola) ja salakaupassa myydyin alkoholin hintaa. Tätä käytetään salakaupan hintoja kuvaavassa osassa.

3. Salakaupassa myytyjen pullojen lukumäärä. Myydyt pullo määrät kuvaavat sitä työtä, joka myynnistä laittoman viinan myyjälle aiheutuu. Salakaupassa myyty artikkeli on pullo — ei sentti- tai desilitra alkoholia. Pullomäärien lajeittainen jakautuma antaa välillisesti tietoja myyjän asiakaskunnasta ja myynnin erityispiirteistä. Tätä tapaa käytimme myytyjen tuotteiden sekä myyntikulttuurien kuvaamisessa.

Salakaupan lajivalikoima

Vuonna 1978 poliisin salakauppatakatavari- koinneista (kolmen kuukauden poikkeileikkaustieto) suurin osa oli Koskenkorvaa ja Sorbusta. Sorbusta oli takavarikoituista pulloista 60 %. Vuodesta 1974 olivat lajit muuttuneet; tuolloin olivat hallitsevina väkevinä viineinä Vinetto ja Aperita, joita ei enää neljä vuotta myöhemmin takavarikoissa esiintynyt. Vuosina 1978 ja 1979 oli katumyynnissä lähes yksinomaan Alkon tuotteita (Koskenkorvaa, Sorbusta, Pöytäviinaa sekä Gambinaa).

Pontikkaa ei keväällä 1979 salakaupassa havaintojemme mukaan esiintynyt, salakuljetettuja tuotteita (votkaa ja viskiä) sen sijaan havaittiin jonkin verran. Salakuljetettuja juomia on kaupan etupäässä katumyyntiä organisoituneemmassa myynnissä; tähän viittaavista yhteyksistä saatiin muutama havainto.

Oletettavasti salakauppaan ostetuista määristä ja lajeista pidettiin viikon ajan kirjaa kolmessa helsinkiläisessä alkoholi-

Taulukko 2. Kolmesta alkoholimyymälästä yhden kassan myymät alkoholilajit ja määrät (arvioitu salakauppahankinnoiksi)

laji	pulloja lkm	%-osuus
Koskenkorva	113	21
Sorbus	289	54
Pöytäviina	16	3
Gambina (1/2)	90	17
Gambina (1/1)	3	1
muut	29	5
yhteensä	540	101

myymälässä. Raportit kattavat kunkin myymälän yhden kassan myynnit (taulukko 2).

Alkoholimyymälöistä oletettavasti laittomille markkinoille ostetuista pulloista muodosti Sorbus yli puolet, Koskenkorva viidenneksen. Tarkkailussa mukana olleista kolmesta myymälästä laittomille markkinoille menevä viina oli 3 % liikkeen viinien ja väkevien juomien viikkomyynnin kokonaisarvosta (ravintolamyyntiä lukuun ottamatta). Alkoholiliikkeestä salakauppaan hankintoja tekevä ostaa oletettavasti vähän kerrallaan. Yli viiden pullon kertaostoja oli 20 % viikon kaikista oletetuista salakauppahankinnoista. Salakauppamyyjä joutuu näin ollen joko käymään useita kertoja samassa myymälässä tai kiertämään useammis-

Salakaupan hinnat

Pääsääntöisesti laittomasti myytävien tuotteiden hinnat ovat kaksinkertaiset Alkon hintoihin verrattuna. Tavallisimmat salakaupassa esiintyvät tuotteet maksoivat kevättalvella 1979 seuraavasti:

	salakaupan hinta mk	Alkon hinta mk
Sorbus	35—40	18,00
Koskenkorva	70—80	35,50
Pöytäviina	65—75	33,50
Gambina (1/2)	25—30	14,50

Yksittäisen lajin hintaerot johtuvat myyntialueesta ja myyntihetkestä. Esimerkiksi rautatieaseman seudulla Koskenkorva maksoi 80 mk eli 5—10 mk enemmän kuin muualla kaupungissa. Kalleimmat hinnat ovat katumyynnin hintoja, joita pyydetään etupäässä satunnaisostajilta. Vakituiset asiakkaat saavat esim. Sorbus-pullon 5—10 mk:aa halvemmalla. Asuntoloissa tapahtuvassa myynnissä hinnat ovat myös 5—10 mk katuhintoja halvempia. Hinnanmuodostuksen joustavuuteen liittyy se, että vakioasiakassuhteessa maksun välineenä voi olla muukin kuin raha. Mikäli on kysymys tavarasta, sen arvo määräytyy panttilainaamohinnan mukaan. Luottomyynnissä vaaditaan osittain takuita, joiksi käyvät eläkekirjat, pankkikirjat tms.

Salakaupan hintojen edullisuuden anniskeluun verrattuna näkee seuraavasta teoreettisesta esimerkistä: Erään alkoholistiaineistomme haastatetun juomiskausien arvioitu viikkokulutus oli 1,73 litraa absoluuttista alkoholia. Laskimme, miten paljon eri lajeja pitäisi kuluttaa, jotta tähän viikkokulutukseen päästäisiin. Esimerkki on yksinkertaistettu siten, että viikon aikana juotaisiin vain yhtä lajia. Tämän jälkeen laskettiin, mitä tällainen alkoholimäärä maksaisi eri ryhmissä Alkon myymälästä, salakaupasta tai ravintolasta hankittuna.

	Alko mk	sala- kauppa mk	anniskelu- ravintola mk	pulloja/ tuoppeja lkm
Koskenkorva	323	683	1 178	9
Gambina (1/2)	180	434	549	12
Sorbus (1/1)	223	434	—	12
keskiolut 1/2 l			313	72
A-olut 1/2 l			396	62

Koska Koskenkorva ja Gambina eivät esiinny ravintoloissa, ne on korvattu Dry Vodkan ja Championin anniskeluhinnoilla. (Hintavertailussa on käytetty suurkuluttajien suosimaa helsinkiläisravintolaa. Champion ei ole yleinen juomalaji, mutta se on tässä ryhmässä halvin anniskeltava laji.)

Alkosta hankittuna viikkokulutukseen tarvittava määrä saadaan halvimmalla Gambinasta, seuraavaksi Sorbuksesta. Oluen hintaa ei ole laskettu Alkon hinnoista. (Keskioluen hinta on laskettu keskiolutbaarin, A-oluen itsepalveluravintolan hinnoista.)

Sorbusen ja Gambinan esiintyminen salakaupassa siis selittyy salakauppahinnasta käsin suhteessa tarvittavaan alkoholimäärään.

VIINAN ERI MYYNTIMUODOISTA JA -KULTTUUREISTA HELSINGISSÄ

Rautatieasema (koko asemanseutu) liikenneyhteyksien solmukohtana muodostaa muista viinanmyyntialueista erillisen alueen. Satunnaisostajien osuus on suuri, ja urautunut salakauppa-asiakas pyrkii välttämään aluetta siellä esiintyvien järjestyshäiriöiden takia. Asiakaskunnasta nuoret muodostavat keskeisen osan. Ravintoloiden sulkemisajan jälkeen kauppa on vilkasta. Myyjäkunnassa esiintyy renkejä. Myyjien oma markkinakontrolli kohdistuu lähinnä alalle yrittäviin ammattitaidottomiin myyjiin, jotka lisäävät alueen muutenkin suurta kiinnijoutumisriskiä. Toinen sisäiseen kontrolliin liittyvä tekijä on hintatason ylläpitäminen.

Myynti on useimmiten suoraa katumyyntiä: myyjä päivystää alueella ja myy paikalle ilmestyville asiakkaille. Alueen väenpaljouden keskellä myyjän on helpompaa tarkkailla yleistilannetta ja arvioida ostajat, ennen kuin he tulevat kysymään pulloa.

Hakaniemi poikkeaa rautatieasemasta siinä, että siellä asiakaskunta varsinkin aamuisin on eriytynyt. Rengit päivystävät alueella, isännät vain määrääaikoina. Renki soittaa ostot isännälle, joka toimittaa ne sovittuun paikkaan.

Kantakaupungin alueella joukkomajoitustilat luovat pohjan myyntialueille. Myynti on osittain asuntolan sisäistä, osittain ulos suuntautunutta. Eri alueilla on merkittäviä eroja markkinoiden muodostumisessa. Joissakin tapauksissa myynti keskittyy pelkästään asuntolan asukkaisiin, toisinaan tämän alueen oppivat tuntemaan seudun muutkin salakauppaan turvautuvat.

Pieni asuntola ei vielä luo pohjaa markkinoille. Kantakaupungin potentiaaliset myyntialueet sijoittuvat suurimpien asuntoloiden läheisyyteen. Kuvaavaa on, että 1960-luvulla keskeinen viinanmyyn-

tialue Lönrotinkadulla menetti merkityksensä salakauppa-alueena, kun paikallinen asuntola lakkautettiin.

Alkoholistiaineistomme haastateltavista oli usealla rekrytoituminen salakaupan asiakkaaksi tapahtunut siirtotyömaiden asuntoloissa. Niiden etäisyydet laillisista jakelukanavista olivat usein pitkiä; viinaa lainattiin ja myytiin asuntolassa. Hinnanmuodostus oli varsin joustava eikä vastannut täysin nykyistä helsinkiläistä.

Mielenkiintoisin alue on Punavuori. Se eroaa muista siinä, että Gambina on salakaupassa hallitseva merkki. Osittain luo pohjan markkinoille 300-paikkainen asuntola, osin seudulla sijaitsevat väliaikaiset työsuhdeasunnot ja muu paikallinen suurkuluttajakunta. Alueen myyntikulttuuri on moni-ilmeinen, aluesidonnainen.

Helsingin muista keskeisistä viinanmyyntialueista keväällä 1979 ei tässä yhteydessä esitetä yksityiskohtaisempia mainintoja. Näillä alueilla (Katajanokka, Porkkalankatu, Helsinginkadun ja Hämeentien risteys eli ns. Kurvin alue, Kumpula sekä Vallila) esiintyy eri muodoissa niin katu-, koti- kuin asuntola-myyntiä. Useimmiten näiden alueiden viinanmyyntikulttuuriin liittyy asuntola.

Arviomme mukaan esikaupunkialueilla myydään noin 30—40 % Helsingin laittomasta viinasta. Esikaupunkialueille tyypillistä on asuntomyynnin yleisyys. Yksityisasunto on myyntipiste, jonka paikalliset suurkuluttajat oppivat tuntemaan. Tällainen myyntitapa ei reagoi kontrolliin yhtä nopeasti kuin kantakaupungin salakauppa. Pohjan markkinoille luo paikallinen suurkuluttajakunta. Esikaupunkien alueelliset erot ovat suuria.

Salakaupan myyntivaltteja on luottomyynti. Arviomme mukaan noin 30 % myynnistä tapahtuu luotolla. Tämä edellyttää myyjän ja asiakkaan luottamuksellisia välejä. Luoton ylärajan määrää ostajan määrääaikainen tulo.

Myyntin ajallinen ulottuvuus

Salakauppa keskittyy Alkon myymälöi-

den aukioloajan ulkopuolelle. Tämä pääsääntö ei kuitenkaan ole täysin yksiselitteinen. Rajujen juomisjaksojen aikana myös päivällä ilmenee tarvetta salakaupahankintoihin. Joissakin tapauksissa tarpeen selittää kunto, joka estää hankinnat laillisista lähteistä, joskus taas rahanpuute, joka pakottaa turvautumaan salakaupan luotolliseen myyntiin. Kolmanneksi voi mainita olotilan, joka suosii helpointa menetelmää: puhelinsoittoa ja alkoholin saantia suoraan kotiin (eriytyneet asiakasryhmät, eläkeläiset ja esikaupunkilaiset).

Arvioidessamme kokonaisaineistoamme, josta myynnin ajoittamista koskevaa tietoa oli saatavissa, tulimme siihen johtopäätökseen, että Helsingissä noin 60 % salakaupan kokonaismyynnistä tapahtui keväällä 1979 viikonloppuisin, aamu-myyntin osuus kokonaismyynnistä oli arviomme mukaan samaa luokkaa.

VIINANMYYNIN KONTROLLISTA

Poliisin harjoittama kontrolli

Poliisin tietoon tulleesta rikollisuudesta laitton viinanmyynti muodostaa vain pienen osan.¹ Vuodesta 1969 lähtien on laittoman viinanmyynnin tutkiminen Helsingin kantakaupungissa ollut rikospoliisin alaisuudessa toimivan huume-
poliisin tehtävänä, vuoden 1979 alusta näiden rikosten tutkiminen siirtyi huoltopoliisille. Vuonna 1972 perustettiin järjestyksipoliisin III aluetoimistoon Malmille erityinen "viinapartio" tutkimaan alkoholin myyntirikoksia esikaupunkialueella.

¹ Tilastoidut poliisin tietoon tulleet luvattomat viinanmyynnit eivät kuvaa itse salakauppaa eivätkä myöskään sen kontrollia. Tilastointikäytännöt ovat koko tämän vuosikymmenen ajan vaihdelleet Helsingissä eri yksikköjen välillä. Tällä vuosikymmenellä on Helsingissä kirjattu 70 % maan kaikista rikoksista. Esimerkki tilastoinnin erilaisuudesta: henkilö on myynyt sata pulloa; toinen poliisiyksikkö kirjaa tämän 100 myyntinä, toinen yhtenä.

Eri kontrollimuodoista ja tilastollisesta kehityksestä tarkemmin tutkimusraportissa (Katajisto & Mäkinen 1979).

Organisatorinen ero Helsingin poliisitoiminnassa on varsin mielenkiintoinen. Voidaan olettaa, että salakaupan kontrolli jäsentyy yksikön toimialasta käsin. Järjestyspoliisilla on lähtökohtana yleisen järjestyksen ylläpitäminen. Alkoholirikokset paljastuvat yleisistä häiriöpisteistä, joiden rauhoittamiseen toiminta pitkälle kohdistuu. Huume- ja huoltopoliisin lähtökohtana voidaan pitää eriytyneemmän väestöryhmän kontrollia. Rakenteeltaan niin ostaja- kuin myyjäkuntakin kuuluu luontevasti tämän erityiskontrollin piiriin.

Poliisin harjoittaman kontrollin muodot ovat kantakaupungissa erilaiset kuin Malmilla. Kantakaupungissa kontrolli on kohdistunut lähinnä yksittäisiin tekoihin erityisiä tehoiskuja lukuun ottamatta. Malmilla on pyritty selvittämään teon tapahtumaketjua. Malmilla toiminta on tietoisesti keskitetty ammattimaisen salakaupan selville saamiseen ja alueen erityispiirteiden huomioonottamiseen.

Kontrollin vaikutuksista kantakaupungissa voidaan ottaa esimerkiksi asemanseutu. Siellä tiukentunut kontrolli (kamerat, säilytyslokeroiden valvonta, poliisin näkyminen asemahallissa) on siirtänyt itse viinanmyyntiä asemahallin ulkopuolelle yhä laajemmalle alueelle. Säilytyslokeroiden tarkkailu on siirtänyt säilytyksen osittain muualle. Pullo ei vaihda omistajaa enää yhtä nopeasti, vaan vaihto tapahtuu lähikortteleiden porttikäytävissä, joskus jopa Kampissa asti. Itse myyntitapahtuma on siis mutkistunut. Ammatillinen viinanmyyjä joutuu kiinnijoutumisriskin kasvaessa turvautumaan yhä enenevässä määrässä avustajiin. Varsinaisen viinanmyyjän kiinnijoutumisriski pienenee; se siirtyy rengin harteille. Tätä kuvaavana esimerkkinä on Hakaniemen seutu, jossa varsinainen viinanmyyjä ei ole mukana iltamyynnissä; sen hoitaa renki tai avustaja.

Alkon kontrolli

Alkon myymälähuoneiston rakenne ja sijainti vaikuttaa myymälässä tapahtu-

vaan kontrolliin ja sen mahdollisuuteen. Alkon myyjän kannalta ovat helpommin hallittavissa sellaiset myymälät, joissa myyjä voi pitkään seurata ostajan sisään-tuloa. Salakauppamyyjän kannalta ovat itsepalvelumyymälät sopivimpia, varsinkin ruuhka-aikana niistä pystytään hankimaan epäilyksittä suuriakin määriä. Mitä tiukempi on yksittäisen Alkon myyjän päivittäinen työtahti, sitä pienemmäksi jää hänen mahdollisuutensa harjoittaa kontrollia.

Tehokas keino on henkilötietojen vertaaminen myyntikieltolistaan. Tämä saa ostajan epäilemään erityisiä kontrollitoimia. Tätä menetelmää on joissakin myymälöissä käytetty; sen seurauksena on salakauppaan kerralla ostettava määrä pienentynyt. Salakauppamyyjä joutuu kiertämään useammassa myymälässä ja toisaalta avustajien määrä on kasvanut.

Muu kontrolli

Asuntoloiden suorittama valvonta on yksi salakauppaan liittyvä kontrollimuoto. Asuntolan tehokas kontrolli siirtää salakauppaa asuntolan ulkopuolelle. Pienemmät asuntolat olisivat paremmin kontrolloitavissa.

Salakauppamyyjien harjoittama kontrolli ulottuu niin markkinoille yrittäviin uusiin myyjiin (alueelliset erot suuria) kuin myyjän rengin alkoholin käyttöön. Poliisin kiristettyä valvontaa Helsingissä on markkinoissa tapahtunut muutoksia. Satunnaisostajan asema on vaikeutunut myyjän suorittaman asiakaskontrollin takia. Moni myyjä myy vain määräaikoina ja sovituihin paikoissa, usein vielä vain varmoille ja luotettaville asiakkaille.

SALAKAUPAN KEHITYSPIIRTEISTÄ

Pääkirjoituksessaan Alkoholipolitiikka-lehdessä vuonna 1958 V. Harvola esitteli niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat laitto-man liikkeen kehitykseen. Senhetkisen työttömyystilanteen hän arveli lisäävän rekrytoitumista alkoholirikoksiin. Jo tuolloin oli salakaupan hinnanmuodostus-

mekanismi sama kuin tutkimuksemme ajankohtana.

Haastattelujemme mukaan salakauppa siirtyi 1960-luvulta seuraavalle vuosikymmenelle samassa muodossa. Raken-teelliset muutokset sijoittuivat vuoden 1975 tienoille. Kiristynvä työllisyystilanne tuntui osassa suurkuluttajakuntaa; sen elinolosuhteissa tapahtui muutoksia. Samoihin aikoihin keskioluen anniskelua siirrettiin myöhemmin alkavaksi. Satun-naisostajien suhteellinen osuus asiakas-kunnasta pieneni. Tänä aikana myös luottomyynti sai keskeisen sijan salakau-passa.

Poliisin harjoittama kontrolli alkoi vuo-den 1975 jälkeen tehostua, mikä on muuttanut osaltaan salakauppaa. Myyjä-kunnan määrä on tämän jälkeen kasvanut ja yksittäisen myyjän myynnin määrä

pienentynyt. Asiakaskunta on kontrollin seurauksena entisestään eriytynyt ja laji-valikoima supistunut.

Koska havainnointimme päättyi ke-väällä 1979, ei lauantaissulkemisen vaiku-tusta saatu tutkimuksen piiriin.

KIRJALLISUUS

Harvola, V.: Laittoman liikkeen näköalo-ja. Alkoholipolitiikka 23(5): 201—202, 1958

Katajisto, Heikki & Mäkinen, Tuija: Laiton viinan myynti. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen julkaisu 34/1979

Simpura, Jussi: Suomalaisten juomata-vat vuosina 1969 ja 1976. Kulutetut alkoholimäärät ja alkoholin ongelmakäyt-tö. Alkoholipoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimusseloste 114, 1978.

Alkoholipolitiikka Vol. 44: 287—295, 1979